КАПИТАЛ

Исторически преглед и редакционна политика

2018

№ 6 в проучването
„Какво четем“
на АЕЖ-България

ДАННИ ЗА ИЗДАНИЕТО

КРАТЪК ИСТОРИЧЕСКИ ПРЕГЛЕД

Вестник „Капитал“ е основан през 1993 г. от „Агенция за инвестиционна информация“ ООД (АИИ), в която съдружници са Иво Прокопиев (51%) и Филип Харманджиев (49%).

През януари 2005 г. германският издател „Ханделсблат“ става съакционер (с 50%) с АИИ в учреденото няколко месеца по-рано дружество „Икономедиа“ АД, което издава „Капитал“, всекидневника „Дневник“ и др.

През 2007 г. има нова промяна в собствеността – като акционер влиза „Пи Ейч Медиа“ на Филип Харманджиев.

През юни 2011 г. акциите на „Пи Ейч Медиа“ са продадени на „ТЗмедиа“ на Теодор Захов.

Към август 2018 г. акционери в „Икономедиа“ са „Сарда Капитал“ на Иво Прокопиев (51%) и „ТМедиа“ на Теодор Захов (49%).

СОБСТВЕНИЦИ

Иво Прокопиев (51%) и Теодор Захов (49%).

Иво Прокопиев контролира дружества, които развиват дейност в областта на финансовото посредничество, изграждането и управлението на недвижими имоти, проекти, свързани с възобновяеми енергийни източници, електрически автомобили и зарядни станции и др.

През декември 2017 г. Комисията за отнемане на незаконно придобито имущество налага запор върху различни негови дялови участия и акции, в т.ч. и върху „Сарда Капитал“, през която той участва в собствеността в „Икономедиа“.

Теодор Захов има участие в дружества, които се занимават ИТ, търговия и производство на енергия от възобновяеми източници.

РЕДАКЦИЯ

Редакцията на в. „Капитал“ се намира в сграда на ул. „Иван Вазов“ № 20 в София. Недвижимите имоти принадлежат на „Доспат пропъртиз“ ЕООД, което до 2012 г. е собственост на Иво Прокопиев, а след това – на регистрираното в Кипър „Wyclef Holding Limited“.

ПЕЧАТ

Вестник „Капитал“ се печата в „Булвест принт“.

КРЕДИТНА ЕКСПОЗИЦИЯ

От публичните регистри не се вижда „Икономедиа“ да има задължения към банкови институции. До 2012 г. активите на дружеството са заложени в българския клон на гръцката Алфа банк като обезпечение на банков кредит, който е погасен.

ОБЩЕСТВЕНИ ПОРЪЧКИ, ЕВРОПЕЙСКИ ФОНДОВЕ И ДРУГО ВЪНШНО ФИНАНСИРАНЕ

Според регистъра за обществените поръчки „Икономедиа“ има сключени договори за публикуване на обяви с Министерството на земеделието и храните, Община Пловдив и НАП от 2010 до 2016 г. на обща стойност 370 хил. лв.

През 2012 г. консорциумът „Репютейшън България“, в който „Икономедиа“ има 33.3%, сключва договор с Българската агенция за инвестиции с предмет „организиране на пет журналистически тура – посещения в България с цел представяне на страната в чуждите медии като привлекателно място за чуждестранни инвестиции по различни секторни теми“. Проектът се финансира по ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007–2013 и е на стойност 270 хил. лв.

„Икономедиа“ е посочена като изпълнител по проект на Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средни предприятия (ИАНМСП), финансиран по ОП „Иновации и конкурентоспособност“, но от предоставената информация не става ясно на каква стойност е договорът на издателя по този проект.

„Икономедиа“ АД е посочена като изпълнител и по проект „Нови устойчиви работни места в „АС“ ООД“, финансиран по ОПЧР.

От 2009 г. „Икономедиа“ АД е бенефициент на грантове от фондация „Америка за България“. През 2009 г. фирмата получава 148 хил. евро по проект „Онлайн платформи за дебати, граждански каузи и публичен контрол Икономедиа АД“, през 2011 г. – 3 млн. лв. за проект „В дигитално време“, през 2014 г. – 3 млн. лв. за проект „Дигиталните технологии в подкрепа на качествената журналистика“, и през 2018 г. – 1.5 млн. лв. за проект „Защита на качествената журналистика“.

ДОГОВОРИ С ПОЛИТИЧЕСКИ ПАРТИИ

За последните парламентарни избори (2017 г.) „Икономедиа“ има договори с КП „Да България“ (4000 лв.), ПП ДСБ (6500 лв.) и ГЕРБ (64 400 лв.).

На фона на минали практики на договорни отношения със сега управляващата партия ГЕРБ и с държавни институции мониторингът на редакционното съдържание (виж по-долу) регистрира критични нагласи на изданието спрямо властта. Евентуалното допускане, че финансирането от фондация „Америка за

България“ би могло до води до тиражиране на проамерикански послания, не намира потвърждение в тематичните анонси от първите страници на вестника. Наблюдават се единични случаи на застъпване на теми, които са в обхвата на специфични бизнес интереси на собствениците на медията. Между седмичника и издателите са налице общи гледни точки по отношение на политическия климат в страната.

РЕДАКЦИОННА ПОЛИТИКА
Анализ на заглавията от първите страници

За своите 25 години на медийния пазар в страната вестник „Капитал“ се утвърждава като сериозен обществено-политически седмичник с акцент върху бизнес и икономика. Форматът и първата страница на изданието търпят няколко трансформации през годините, като текстовият обем и броят на заглавията варират. Актуалният дизайн на седмичника е от ноември 2016 г., когато вестникът започва да излиза с визия на компактно списание. Първата страница се превръща в олекотена корица, в която акцентът е върху водещата илюстрация на броя (фотография, рисунка, колаж), а заглавните теми се ограничават до две. Допълнителен кратък набор от имена и думи само маркира част от съдържанието, което читателите могат да намерят във вътрешното тяло на изданието.

Първите страници на в. „Капитал“**: 1 май 2017 – 30 април 2018**

общ брой информационни единици (заглавия): 102
среден брой заглавия на първа страница: 2
допълнителни текстови единици: 208

ТЕМИ И ГЕРОИ

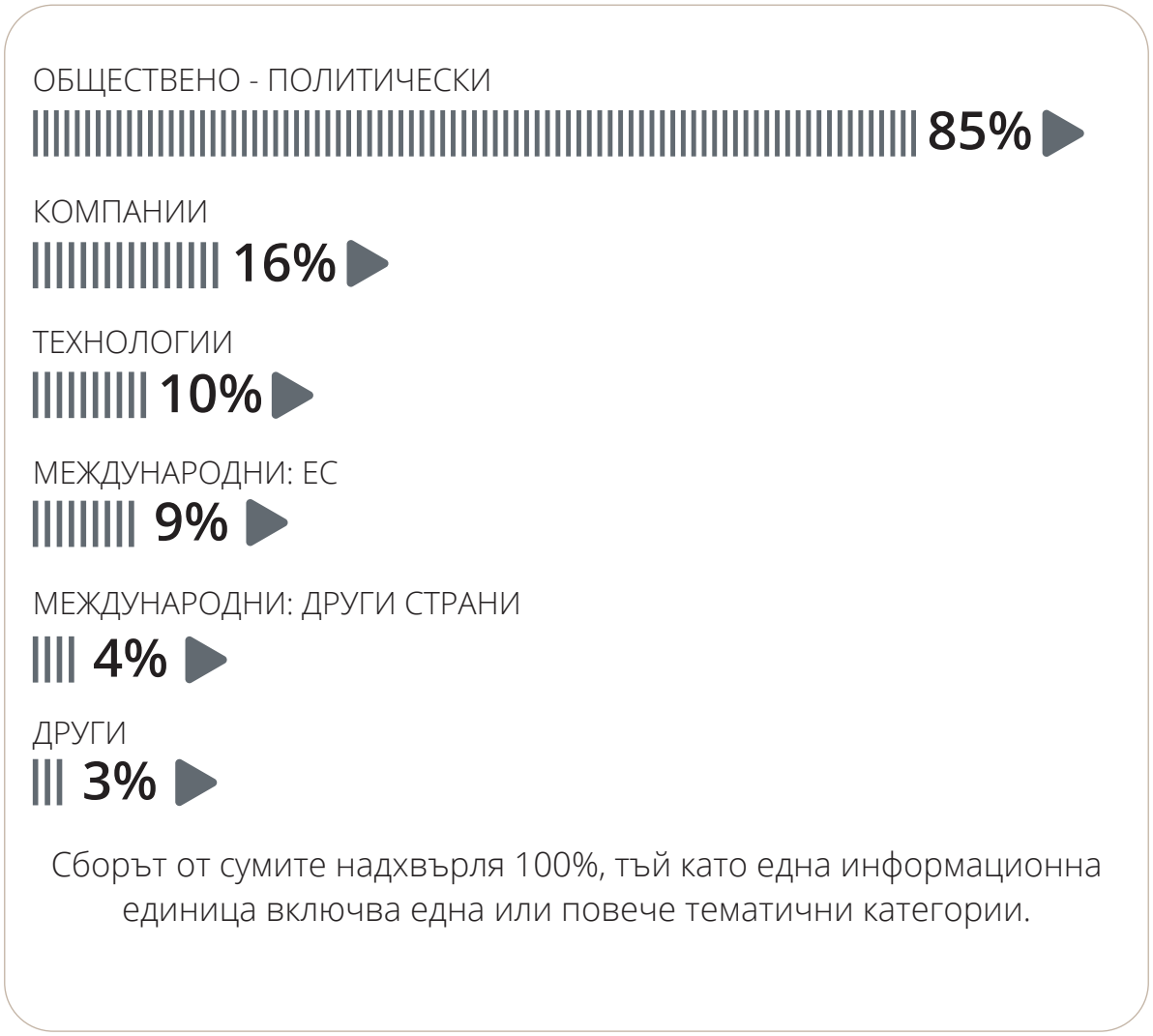
Акцентите от първите страници насочват вниманието приоритетно към сериозни обществено-политически теми (85%). Икономическият профил на изданието ясно проличава от редовните референции към бизнеса в масива от заглавия. Коментират се както бизнес средата като цяло, така и отделни сектори. В 16% от анонсите седмичникът визира събития и процеси, свързани с конкретни компании.

„КАПИТАЛ": НАЙ-ЧЕСТО ПОВТАРЯЩИ СЕ ДУМИ

Преобладаващата част от акцентите са насочени към развития от България. В 9% от заглавията се засягат проблеми и тенденции в рамките на ЕС, а в 4% – геополитически процеси, в които са ангажирани и други страни. Сред нееднократно споменатите субекти, макар и без големи количествени натрупвания, са: българската държава, правителството, премиерът и прокуратурата, ЕС като цяло, френският президент Макрон, Русия.

Отличителен белег на „Капитал" е, че в сравнение с всички наблюдавани издания в най-голяма степен представя на водещата си страница теми от сферата на технологиите (10%).

„КАПИТАЛ”: ВСИЧКИ ЗАГЛАВИЯ: ТЕМИ

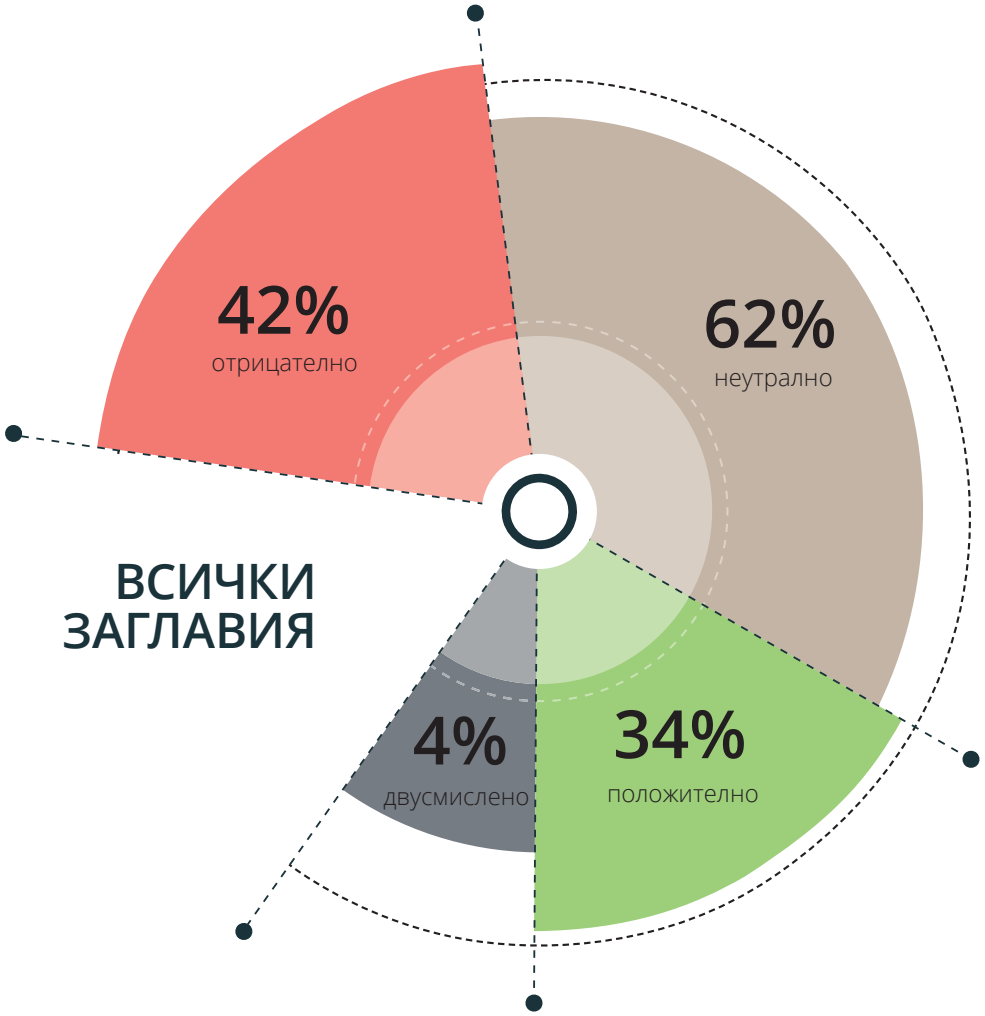


Сборът от сумите надхвърля 100%, тъй като една информационна единица включва една или повече тематични категории.

ИЗРАЗЕНО ОТНОШЕНИЕ

Мониторингът регистрира относително високи стойности в трите основни тона на отразяване (неутрален – в 62% от заглавията, отрицателен – 42%, положителен – 34%). Даден тематичен анонс често обхваща набор от няколко субекта, отношението към които не е непременно в една и съща окраска.

„КАПИТАЛ”: ИЗРАЗЕНО ОТНОШЕНИЕ



Сборът от сумите надхвърля 100%, тъй като една информационна единица включва отношение към един или повече обекта.

Редакционната политика, видима от първите страници на медията, може да бъде резюмирана в две основни линии: заинтересуваност от бизнес климата в страната, насърчаване на частната инициатива и подчертаване значимостта на новите технологии, от една страна, и критика към властта, от друга. Във важна част от случаите тези две линии се сблъскват и конструират едно водещо метапослание: държавата ограничава бизнеса и гражданите.

Неодобрението към държавата е насочено както към съществуването на неподходящи регулаторни мерки („заради абсурдна държавна регулация България пропилява исторически шанс да развие този сектор от земеделието“ – по повод бизнеса с индустриален коноп), така и към липсата на контрол („Камерите на АПИ следят в реално време всяка кола и пазят всички данни [...] никой не контролира кой и как използва тази информация“). Изданието акцентира също така на високото ниво на корупцията в страната („По корупция България е по-близо до някои африкански държави, отколкото до ЕС“). В една от най-острите прояви на отрицателно отношение през наблюдаваната година вестникът излиза с водещо заглавие „Диктатурата на крадците“, допълнено от пояснението, че „под знамето на борбата с корупцията държавата и любимите ѝ партньори получават нови инструменти за натиск над хора и бизнеси“. Критиката е подсилена от карикатурно изображение на държавния герб с надпис „прокуратурата прави силата“.

Именно прокуратурата е представена като централен проводник на властовите репресии. Институцията сериозно опорочава принципа на справедливостта, разбираме от „Капитал“: „замита“ инциденти (по повод развитите болтове на служебния автомобил на председателя на ВКС Лозан Панов), пропуска „истинските виновници за източването на КТБ“ („Без възмездие за КТБ“), „атакува“ бизнесмени. Сходен е и образът на премиера, който е другото олицетворение на потиснической властови апарат – „Премиерът Борисов атакува цялата бизнес среда, за да защити себе си“ (в контекста на сделката за ЧЕЗ). Симбиозата между премиера, главния прокурор и ДПС пък е съсредоточие на порочната властова фриволност („ДПС, Борисов и Цацаров се втурват в битка с корумпираните, правят специализиран съд. Но не значи ли това, че трябва да се борят срещу себе си“).

Сред засегнатите сфери от опасната „явна и скрита власт в държавата“ е медийната среда, подчертава изданието. Като особено тревожни са коментирани опитите за „превземане“ и „овладяване“ на обществената БНТ, както и на големите телевизии като цяло. Конкретният източник на заплаха е „коалицията между ГЕРБ и Пеевски“, която „атакува големите тв канали, защото те са от малкото острови на медийна свобода“, а в случая на БНТ – и програмният директор Емил Кошлуков (който „предизвика медиен скандал, какъвто в България не е имало от началото на прехода“).

„КАПИТАЛ”: ВСИЧКИ ЗАГЛАВИЯ: ОБЕКТИ: ОТНОШЕНИЕ

Данните са в брой инф. ед.

На този фон много по-меко звучи критиката към Столична община. Управата на София по-скоро е обект на препоръки, отколкото на рязко неодобрение. Изданието насочва и съветва в кои сектори общината трябва да положи „малко усилия“, да „поеме в нова посока“ и да „намери лесен изход“, ако „наистина иска да защити интересите на гражданите“.

Тонът на представяне на Европейския съюз е предимно неутрален. Характерно за седмичника е обговарянето на европейските политики именно като политики и процеси. За разлика от почти всички всекидневници „Капитал“ се фокусира повече върху голямата геополитическа картина и ефектите върху бизнеса, отколкото върху непосредствените битово-потребителски проявления. Изданието адресира и стратегии за благоприятно развитие на Съюза (военизиране и активност в

сигурността, реформиране на еврозоната с участието на Германия и Франция). Медийният интерес към световната политическа сцена включва и единични случаи на критика към Русия и САЩ, чието превъоръжаване и „несигурна политика“ създават „опасен нов свят“.

Специфичен щрих в обозначаването на положителни и отрицателни тенденции е кратката извадка от думи, маркиращи част от допълнителните теми в съдържанието. Подобно на индекс, показващ ръст или спад, към кратките препратки са добавени онагледяващи стрелки – зелена (посока нагоре) и червена (посока надолу). Любопитно е, че в повечето случаи знакът за спад придружава имена на политически субекти и държавни институции (73%). Символът за възход пък илюстрира предимно икономически субекти – компании, банки, бизнесмени, борси (58%). Така и по този ненатрапващ се начин изданието свързва бизнеса с положителни асоциации, а политиката и държавната власт – с отрицателни.

Като цяло се налага изводът, че „Капитал“ предлага диаметрално противоположен прочит на обществено-политическите развития в сравнение с редакционната политика на голяма част от водещите печатни медии (преди всичко „Телеграф“ и „Монитор“). Ключовата разделителна линия минава спрямо отношението към управляващите, премиера, съдебната система и прокуратурата, темата „КТБ“, депутата и издател Делян Пеевски и самата медийна среда.

Що се отнася до влиянието на собствениците за определяне на редакционната нагласа на медията, съдържанието от първите страници на седмичника показва единични случаи на тематично припокриване с част от страничните бизнес интереси на издателите – електрически автомобили и енергия от възобновяеми източници. И в двата случая посланията за развитието на въпросните бизнес сектори са позитивни („Революцията на електроавтомобилите няма как да бъде спряна“; „Инвестицията в соларни панели става по-евтина и по-ефективна“). Комисията за отнемане на незаконно придобито имущество – наложила запор върху дялови участия на съсобственика на вестника Иво Прокопиев – пък е обект на отрицателно отношение („Дружество, свързано с осъдения за наркотрафик Брендо, е купило столичния хотел „Рила“ от Васил Божков [...] КОНПИ не вижда проблем“). Всъщност цялостната визия за ролята на бизнеса, духа на предприемачеството, влиянието на новите технологии и безконтролната и репресивна политическа власт – перспектива, която рамкира редакционната политика на изданието – може да се проследи и в редица публични прояви на неговите собственици[1]. В този смисъл медията и издателите са в синхрон.

[1]Показателно е например интервю на Иво Прокопиев от ноември 2017 г., виж: http://terminal3.bg/ivo-prokopiev/ (посетен 15.11.2018).

Общ профил: седмично издание с траен фокус върху сериозни обществено-политически теми; изразена ориентация към процеси в сферата на бизнеса и икономиката; склонност към предписателен и прогностичен журналистически дискурс; критична редакционна политика по отношение на властта.

Отношение към управляващите: отрицателно.

Отношение към ЕС: предимно неутрално.

Отношение към бизнес субекти: смесено; положително към бизнеса и предприемачеството като цяло.

Отношение към други медии и конкуренти: положително към големите телевизии; отрицателно към програмния директор на БНТ1 Емил Кошлуков и към Делян Пеевски.

Асоциацията на европейските журналисти-България (АЕЖ-България) е сдружение с нестопанска цел, регистрирано в обществена полза през 2010 г. Нашата цел е да се грижим за развитието на свободната и независима медийна среда и за качеството на журналистиката в България и да подкрепяме журналисти, които са възпрепятствани да вършат свободно работата си. Позициите, новините и анализите по актуални медийни теми и проблеми публикуваме на нашия сайт: www.aej-bulgaria.org
Наши членове често коментират въпроси от света на медиите и журналистиката в радио- и телевизионния ефир, както и пред водещи международни медии. Проучванията и позициите ни са цитирани от международни организации и институции като Държавния департамент на САЩ, Съвета на Европа, Ethical Journalism Network, и др.

Изданието е отпечатано с финансовата подкрепа на Фондация „Америка за България“. Изявленията и мненията, изразени тук, принадлежат единствено на Асоциацията на европейските журналисти – България, и не отразяват непременно вижданията на Фондация „Америка за България“ или нейните партньори.
Фондация „Америка за България“ е независима, неправителствена, непартийна фондация, която работи в партньорство с български организации и институции за укрепване на частния сектор и демократичните институции в страната. За да научите повече за Фондация „Америка за България“, посетете: www.us4bg.org

ОТГОВОРЕН РЕДАКТОР: д-р Илия Вълков; **РЕДАКЦИОНЕН ЕКИП:** Весислава Антонова, Николета Даскалова, Росен Босев, Диян Божидаров, д-р Илия Вълков; **ДИЗАЙН:** B+RED